

Date 2020.04.08

Reference 01hj

Subject: European Heritage Tribune

Hierbij het eindrapport van de pilot voor de European Heritage Tribune die plaatsvond in de periode september 2018 tot en met december 2019. Het rapport is grotendeels gebaseerd op de drie voortgangsverslagen die gedurende de pilotperiode zijn gemaakt voor bespreking binnen de Stichting Erfgoedlab.

A. Samenvatting, conclusie en vooruitblik

In het kader van het Europese Jaar van het Cultureel Erfgoed is het initiatief genomen om naar voorbeeld van het succesvolle format van de Nederlandse 'Erfgoedstem' een thematische nieuwsbrief over Europees Cultureel Erfgoed op te zetten.

Deze Europese Nieuwsbrief heeft als naam meegekregen 'the European Heritage Tribune' (EHT).

Stichting Erfgoedlab heeft opdracht gegeven aan het Instituut voor Erfgoed en Marketing (IVEM), uitgever van de Erfgoedstem, om een pilot uit te voeren voor zo'n Europese nieuwsbrief en heeft daarvoor onder andere van het Mondriaan Fonds een bijdrage gekregen.

De EHT (met bijbehorende website en kanalen op Twitter en Facebook) heeft als doel nieuws en kennis over het Cultureel Erfgoed uit alle Europese landen met zo veel mogelijk mensen uit culturele en creatieve sectoren te delen en mensen over grenzen en taalbarrières heen met elkaar in contact te brengen om daarmee te komen tot een blijvende erfenis van het Europese Erfgoedjaar voor de jaren volgend op 2018.

Vooraf vastgestelde doelstellingen voor de Pilot

Bij aanvang van het project in oktober 2018 zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

1. Produceer negen e-mailnieuwsbrieven en verspreid deze via de bestaande netwerken van alle partners van het Europees erfgoedjaar;
2. Verzamel geselecteerd nieuws over de activiteiten van EYCH 2018;
3. Bereid een netwerk van Europese partners & correspondenten voor (meestal binnen bestaande culturele erfgoedorganisaties).
4. Ontwikkel een strategisch projectplan voor de periode 2019-2022 en organiseer potentieel duurzaam financiering;

1. Produceer negen e-mailnieuwsbrieven en verspreid deze via de bestaande netwerken van alle partners van het Europees erfgoedjaar;

De pilot is in september 2018 gestart. Op 17 april 2019 is de eerste nieuwsbrief verstuurd. Vervolgens zijn er negen maandelijkse nieuwsbrieven verstuurd.

De nieuwsbrief is verspreid via de bestaande netwerken van de partners al bleek die methode op minder op te leveren dan dat we gedacht hebben. Toch heeft de nieuwsbrief z'n doelstelling voor het eerste jaar qua aantal abonnees ruimschoots gehaald (1200 i.p.v. de beoogde 500). Dat komt onder andere door een aantal gerichte acties (bijvoorbeeld gedurende de officiële lancering in Parijs) door aanmeldingen op de website en door Word of Mouth.

Ook de spreiding van de abonnees over de Europese landen is goed, bijna alle landen zijn in het abonneebestand vertegenwoordigd. Een groot deel van de abonnees betreft vertegenwoordigers van nationale- en Europese instituties, waaronder de Europese Commissie en de Council of Europe.

De nieuwsbrief wordt -zeker voor een nog vrij onbekende nieuwsbrief-, behoorlijk goed gelezen (gemiddeld 52% van de verstuurd nieuwsbrieven wordt geopend) en ook de reacties, gevraagd en ongevraagd zijn zonder meer positief.

2. Verzamel geselecteerd nieuws over de activiteiten van EYCH 2018

Ondanks het feit dat de pilot pas in september 2018 is gestart en dat de eerste nieuwsbrief pas in april 2019 verscheen, is er via de nieuwsbrief regelmatig aandacht besteed aan het Europese jaar van het Cultureel Erfgoed en z'n spin-off (niet in de laatste plaats wijzen we er keer op keer op dat de European Heritage Tribune zelf een spin-off is van het erfgoedjaar).

3. Bereid een netwerk van Europese partners & correspondenten voor (meestal binnen bestaande culturele erfgoedorganisaties).

Op het moment van schrijven zijn er verschillende partnerships. Als eerste zijn we middels een MoU een partnerschap aangegaan met Europa Nostra, één van de grootste Europese spelers op het gebied van Cultureel Erfgoed. Daarmee hebben we onder andere toegang tot hun kantoor in Brussel waarmee we het politieke nieuws goed kunnen volgen. Ook hebben we samen met Europa Nostra een officiële lancering van de Heritage Tribune georganiseerd in het Hotel de Ville van Parijs. Op dit moment bereiden we een gezamenlijke fondsaanvraag voor bij de European Cultural Foundation.

Daarnaast zijn we een partnership aangegaan met een aantal grote Europese projecten op het gebied van Cultureel Erfgoed (REACH, TIMEMACHINE, Innocastle). Via de Rijksdienst Cultureel Erfgoed hebben we een groeiend contact met de EHHF, het forum van alle 'RCE's' van Europa. Er zijn beginnende contacten met de Nederlandse ambassades in verschillende Europese landen en er is een beginnend contact met Unesco en Icomos.

Voor wat betreft het netwerk voor correspondenten hebben we onze koers gewijzigd. We zijn erachter gekomen dat we eigenlijk heel veel al gewoon vanuit Nederland kunnen organiseren. Daarbij maken we dan nog steeds wel gebruik van correspondenten maar die zoeken we in Nederland. Dat houdt de lijnen kort en is de communicatie veel beter. In mei beginnen we bijvoorbeeld een project met een Kroatische architect die lesgeeft aan de TU Delft maar die ook bij de Rijksdienst in Kroatië heeft gewerkt. Zij zal voor ons nieuws verzamelen en vertalen maar ook het netwerk van erfgoed organisaties in Zuidoost-Europa voor ons in kaart brengen en kijken naar mogelijke partners.

4. Ontwikkel een strategisch projectplan voor de periode 2019-2022 en organiseer potentieel duurzaam financiering;

Bij het vinden van financiering hebben we wat tegenslag gehad. Zo viel een door ons bestelde fondsenscan flink tegen. De scan bood niet het gedetailleerde zicht op de wereld van Europese fondsen en concentreerde zich eigenlijk op het fondsenlandschap in Nederland, dat laatste is bij ons eigenlijk al wel al goed in kaart gebracht. Na bespreking van deze kritiek is besloten niet met deze fondswerver verder te gaan.

Ook werd duidelijk dat we voor de financiering van de Heritage Tribune niet zomaar overal aan kunnen kloppen. Veel niet Europese funding reikt vaak niet verder dan de eigen landsgrens. (Ironisch genoeg is dat slechten van die landsgrenzen nu net dat wat we met de Heritage Tribune bereiken!)

We hebben meer tijd nodig gehad om te komen tot een realistisch beeld van de mogelijkheden en onmogelijkheden voor financiering. We hebben dat binnen het pilotjaar ook niet meer echt als projectplan op papier kunnen zetten.

Kortgezegd komt de strategie erop neer dat we de komende drie jaar inzetten op een 'mandje' van inkomsten:

- Directe, door ons zelf geïnitieerde fondsaanvragen (European Cultural Foundation, Creative Europe, Horizon 2020, kleinere particuliere fondsen etc.). Deze aanvragen zullen met name betrekking hebben op de ontwikkeling van deelprojecten voor de EHT (vergroting bereik in bepaalde landen, taalvarianten, of de doorontwikkeling van bijvoorbeeld de Europese agenda op de website etc.)
- Inkomsten uit project-partnerships waarbij de EHT media-partner is bij grotere Europese projecten op het gebied van Cultureel Erfgoed en het werkpakket 'Dissemination and Communication' voor z'n rekening neemt.
- Inkomsten uit adverteren.

We houden daarbij de productiekosten laag en IVEM vult voorlopig zelf de financiële gaten.

Conclusie

Terugkijkend is het is goed gelukt om binnen budget een mooie nieuwsbrief en een flexibele website te ontwikkelen met een bijbehorende lean & mean werkende redactie-workflow. Daarmee verzamelen, publiceren en verspreiden we inmiddels nieuws uit heel Europa – door heel Europa.

De Heritage Tribune is goed uit de startblokken gekomen. Gedurende het pilotjaar is heel veel werk verzet. Er staat nu een goed uitontwikkeld platform met daarop een breed aanbod van dagelijks vers nieuws. Er is een website, een maandelijkse nieuwsbrief en kanalen op Facebook en Twitter.

Ook is er gedurende de pilot een efficiënte workflow ontwikkeld waarmee nieuws uit heel Europa wordt opgepikt, in het Engels wordt samengevat en wordt verspreid onder een groeiende groep van lezers uit alle landen van Europa. Er wordt gestaag gebouwd aan een Europees netwerk van partnerorganisaties en aan het vergoten van bereik. Uiteindelijke doelstelling is om het grootste en meest directe nieuwsmedium op het gebied van Cultureel Erfgoed in Europa te worden.

Het afgelopen jaar is nog wel duidelijker geworden dat het project een lange adem nodig heeft. Zeker voor wat betreft de financiering. Zo zijn de Europese processen over het algemeen complex georganiseerd, ligt de frequentie van contactmomenten veel lager en zijn de processen veel meer gelaagd. Dat neemt veel meer tijd in beslag dan dat we vooraf gedacht hadden.

Last but not least begeven we ons met deze pan-Europese nieuwsbrief over Cultureel Erfgoed echt op nieuw terrein. Het project moet letterlijk en figuurlijk grenzen slechten.

Het doel en de richting zijn goed, de aanloop ook en nu is het een kwestie van lange adem en door buffelen en dat is wat we in de komende periode gaan doen.

Het komende jaar gaan we door met waarmee we bezig waren: het uitgeven van een maandelijkse nieuwsbrief en het leggen van contacten en het benaderen van potentiële partners en fondsen. Bij onze organisatie bestaat voldoende vertrouwen dat dit ook echt resultaat gaat opleveren en tot die tijd investeert IVEM en neemt voor minimaal één jaar de kosten op zich.

B. Verslag pilotperiode

Volgorde verslaglegging

We hebben ervoor gekozen om bij de verslaglegging op te delen in de volgende thematieken:

1. **Huisstijl, design en techniek** (website + nieuwsbrief)
2. **Content** (verzamelstrategie, soorten nieuws, wijze van presenteren)
3. **Nieuwsbrieven** (selectie, opmaak en verzending)
4. **Opbouw bereik** (publiek)
5. **Correspondenten**
6. **Partners**
7. **Funding**

1. Huisstijl, design en techniek

Periode september 2018 – mei 2019

Het Utrechtse Designbureau Dietwee (ING, KPN, Oerol) heeft getekend voor het huisstijlontwerp. Zij hebben ook de website ontworpen en gerealiseerd en het template voor de nieuwsbrief ontwikkeld. We hebben er nadrukkelijk voor gekozen om met een wat gerenommeerder bureau in zee te gaan: de website en de nieuwsbrief zijn onze voornaamste visitekaartjes.

Op 12 oktober vond het eerste overleg plaats. Op 16 november 2018 kwam de beta- versie van de website beschikbaar. Het ontwerp van de nieuwsbrief heeft wat meer voeten in de aarde gehad en duurde uiteindelijk tot begin 2019. In de maanden na de oplevering is het ontwikkelen van de website gewoon doorgedaan. De techniek van de website was zo gekozen dat er door ons zelf snel en makkelijk kon worden geschoven met de structuur, de verschillende functies en content van de site. Dat gaf en geeft ons de gelegenheid om dingen uit te proberen en site gaandeweg aan te scherpen (en mee te bewegen met de ontwikkelingen in het project).

In mei 2019 is er een Facebook- en een Twitteraccount geopend, in de EHT-huisstijl.

Periode juni 2019 t/m augustus 2019

Op het gebied van huisstijl, design en techniek is er vooral verder gewerkt aan het aanpassen van de navigatiestructuur van de website. De huisstijl en techniek voldoen voorlopig goed.

Periode september 2019 t/m december 2019

Nog steeds gewerkt aan het aanpassen van de navigatiestructuur van de website en toepassing op het Facebookaccount. De huisstijl en techniek voldoen voorlopig goed. Wel zien we aankomen dat we aanpassingen in de lay-out van zowel de website als de nieuwsbrief nodig hebben om meer ruimte te maken voor sponsored content, een belangrijk deel van het lange termijn verdienmodel van de EHT.

Aangekomen bij het eind van de pilot zijn we zeer tevreden over de gemaakte keuzes. Wel zien we aankomen dat we in de volgende fase iets ingrijpender aanpassingen aan de lay-out van zowel de website als van de nieuwsbrief nodig hebben om meer ruimte te maken voor sponsored content, een belangrijk deel van het lange termijn verdienmodel van de EHT.

2. Content

Periode september 2018 – mei 2019

In de periode dat de website ontwikkeld werd, zijn we ook begonnen met het identificeren van nieuwsbronnen en het definiëren van het soort nieuws dat we (om mee te beginnen) wilden gaan brengen.

Vanaf 12 oktober hebben we het nieuws ook daadwerkelijk op de site gezet (de website was nog niet openbaar) waarbij we meer concreet konden gaan nadenken over de wijze van samenvatten van de nieuwsartikelen, over het beeldgebruik en over de wijze van categoriseren en taggen van de berichten. Vanaf 30 oktober stond de site 'live' maar zonder dat we daar ruchtbaarheid aan hebben gegeven. De site werd vanaf dat moment ook 'bijgehouden'.

Veel van het zoekwerk loopt nu via Twitter en Google. We zoeken met speciaal samengestelde searchstrings en met trefwoorden uit verschillende taalgebieden.

Vertalen van de bronnen doen we nu nog op basis van Google translate, waarmee er vrij snel een indruk te krijgen is van waar het nieuws over gaat. Op basis daarvan maken we een samenvatting in het Engels. Deze samenvattingen worden voorzien van een link naar de originele bron, waarbij we ook een aanduiding geven van de taal van die bron.

In november 2018 hebben we de eerste testen gedaan met meertaligheid op basis van Google translate. De conclusie was dat dit nog onvoldoende kwaliteit bood. Desondanks bieden we de optie nog wel via de website aan. Het model dat we nu voorstaan is die van het maken van korte Engelse samenvatting van de nieuwsartikelen uit de verschillende taalgebieden en die samenvatting vervolgens laten doorlinken naar 'de zuivere bron', het artikel in z'n oorspronkelijke taal. De meertaligheid die we graag willen gaan bieden zal dan plaatsvinden op basis van vertalingen van die Engelse samenvatting. Daarbij hebben we al wel geleerd dat het een specifieke manier van schrijven vraagt (bijv. vermijden van beeldspraak) om de teksten makkelijk te kunnen vertalen.

De bedoeling is dat we over twee of drie maanden gaan experimenteren met meertaligheid. Daarbij gaan we, om te beginnen voor de nieuwsbrief, de Engelse samenvattingen vertalen in het Frans en in het Duits. We zullen dan ook gaan kijken hoe we omgaan met het verzenden van de nieuwsbrieven en hoe we de adressenbestanden kunnen splitsen (al wel voorbereid). Door dat allemaal stap voor stap te gaan doen, zonder al te veel tijdsdruk verwachten we de (technische) problemen die we tegen gaan komen één voor één te kunnen tackelen.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

We zijn doorgedaan met het identificeren van bronnen. De opvallendste conclusie daarbij is: er is in Europa een ongelooflijk oerwoud aan erfgoed-organisaties met allemaal netwerkjes en niche websites, bijna allemaal met een zeer beperkt bereik. We komen tot nu toe zelden of nooit pure media-spelers of vakbladen tegen die zich op ons vakgebied (erfgoed) richten. Het zijn allemaal erfgoed gerelateerde organisaties die naast hun hoofdtaak ook een communicatiekanaal (proberen te) onderhouden, dat gaat lang niet altijd goed, resulterend in veel verweesde websites.

EU beleidsnieuws

Uit feedback en doorklikgegevens van de EHT nieuwsbrief ontstaat het beeld dat allereerst het nieuws met betrekking tot Europees (erfgoed-) beleid graag gelezen wordt. Kennelijk mist de primaire nieuwsvoorziening vanuit de Europese instituties al vaak z'n doel. Dat lijkt dus een belangrijke pijler van de Heritage Tribune te moeten worden. Wij doen wel ons best om naast dit Europese nieuws ook het nationale erfgoedbeleid van de verschillende landen in beeld te brengen.

Cases en best practices

Ook lijkt het erop dat er vanuit de abonnees veel interesse is aan voorbeelden: cases en best practices waarvan geleerd kan worden. Verder is de feedback die ons bereikt vooral positief en bevestigt het idee dat er behoefte is aan 'houvast': een medium dat overzicht biedt.

Toekomstgericht nieuws

Andere nieuwscategorieën die er Europees uit lijken te springen zijn categorieën die een bepaalde mate van toekomstgerichtheid hebben: gebouwd erfgoed als kans bij urbanisatie en krimp, architectuur en digitalisering & publieksbereik.

De interesse in het thema 'redding en bescherming' lijkt vooral lokaal verankert te zijn, tenzij het onderwerp echt fungeert als voorbeeld, zo proberen we ook te selecteren.

Human interest

Verder lijkt het net als bij andere media ook te gaan om human interest en vermaak (mooie plaatjes, spannende vondsten etc.) Daar is in onze ogen niets mis mee, zeker wanneer dat de binding met ons medium (en daar mee de internationale binding met het thema) versterkt.

Periode september 2019 t/m december 2019

Door te doen leer je, dat geldt voor het hele project en zeker ook voor de contentcreatie. Het is eigenlijk een on-going leerproces. Het streven is om elke dag een nieuwsbericht te publiceren en dat lukt redelijk goed. Veel aandacht gaat uit naar een evenwichtige spreiding van het nieuws over de verschillende landen en over de themagebieden. De laatste maanden concentreren we ons op het vinden van nieuws uit niet Engelstalige en vooral Oost Europese landen.

Sponsored content

We hebben ook geëxperimenteerd met verschillende nieuwe rubrieken, een belangrijke daarbij is de rubriek 'sponsored content': nieuws-artikelen, cases en projectpromotie. Het idee is dat er meer ruimte komt voor betaalde artikelen rondom (met Europees geld) gesponsorde projecten waarbij de EHT mediapartner kan worden.

Calls

Ook kregen we regelmatig verzoeken om 'calls' te plaatsen, ook daarvoor zijn we gestart met een aparte rubriek "Calls" in de nieuwsbrief.

Reports & Research

Last but not least hebben we ruimte gemaakt in de nieuwsbrief voor de attenderingen op recent verschenen (wetenschappelijke) rapporten en onderzoeken. Ook op dat gebied speelt dat het bereik van de rapporten de gepubliceerde rapporten maar heel beperkt is, veel rapporten blijven hangen in de kring rondom de opdrachtgever en opdrachtnemer zelf. Vandaar zijn we ook voorzichtig gestart

met een nieuwe rubriek genaamd: Reports & Research. We bekijken gaandeweg hoe we kunnen selecteren en categoriseren binnen het (zeer diverse) aanbod. Ook onderzoeken we of- en hoe dit soort content een rol zou kunnen gaan spelen in het verdienmodel van de EHT.

3. Nieuwsbrieven

September 2018 – mei 2019

Het sturen van de eerste nieuwsbrief stond eerder al voor november 2018 gepland. Er waren echter twee redenen om dat te verschuiven. De eerste reden was design-technisch, we kwamen er met het ontwerpbureau niet meteen uit het ontwerp van de nieuwsbrief. De tweede reden was dat we ‘rond’ wilden zijn met Europa Nostra over onze verhoudingen.

Toen dat naar onze smaak te lang ging duren hebben we in overleg de knoop doorgehakt en in april 2019 de eerste nieuwsbrief verstuurd (met EN als ‘founding partner’). Deze eerste nieuwsbrief hebben we low profile uitgebracht. We wilden eerst zeker zijn dat alles technisch en inhoudelijk goed verliep.

Alles ging goed en vanaf dat moment zijn we met een maandelijkse frequentie nieuwsbrieven uit gaan sturen, elke keer op de derde woensdag van de maand.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

Voortzetting maandelijkse frequentie.

Periode september 2019 t/m december 2019

Voortzetting maandelijkse frequentie, we raken er steeds meer van overtuigd dat 1x per maand een nieuwsbrief aan de povere kant is om echt bereik op te bouwen. Onze handen jeuken, we zouden graag naar een frequentie van twee keer per maand gaan maar daarvoor is er op dit moment te weinig financiële ruimte.

Overzicht van de verstuurdde nieuwsbrieven: <https://heritagetribune.eu/newsletter-archive/>

4. Correspondenten

Het idee was dat we vanuit een centrale redactie (in Nederland) gaan werken met een Europees netwerk van correspondenten. Daarbij hebben we voor ogen dat deze mensen ons op ad-hoc basis attenderen op interessante artikelen (URL's doorsturen) en dat ze ons van tijd tot tijd bijpraten over de actuele erfgoed-thema's in hun land of regio. Dat is een vrij beperkte rol die wel een goed inzicht vraagt. Een alternatief/ of aanvulling op zo'n netwerk is dat we partner-organisaties zoeken die deze rol kunnen vervullen vanuit hun specifieke aandachtsgebied.

September 2018 – mei 2019

Contacten die we met betrekking van mogelijke correspondentschappen hebben gehad:

- Heritage Young, een Europese groep jongeren (zij zouden een eigen Young Heritage Channel in EHT kunnen krijgen. Dit zou eventueel in samenwerking met de provincies Noord-Brabant en Gelderland plaats kunnen vinden)
- Vrije Universiteit Erfgoedstudies (stage met focus op rol en beleid in Duitsland)
- Een universitair docent uit Kroatië die ons vanaf juni wil gaan helpen

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

- Heritage Young: we hebben op ons kantoor verschillende gesprekken gehad met onder andere 'Erfgoed Jong' en de groep jongeren die naar de EUYCH2019 youth-summit in Berlijn is geweest. Daar zit veel enthousiasme. We hebben ze een eigen vaste rubriek in de EHT als kanaal aangeboden, eventueel compleet met werkplek en ondersteuning in Amsterdam. Met Erfgoed Gelderland en Erfgoed Brabant hebben we gesproken over de mogelijkheid om dat financieel te steunen, zij stonden daar positief tegenover.

Ondanks al deze groene seinen komt de volgende stap, het echt aan de slag gaan, niet van de grond. Voor een deel ligt dit waarschijnlijk aan de onervarenheid van de betreffende jongeren en voor een deel waarschijnlijk ook aan de onduidelijkheid over de toegevoegde waarde van een eigen media-kanaal in deze fase van hun organisatie. Hoewel het ons een inspirerende en goede strategische samenwerking leek, hebben we dit deelproject voorlopig maar even laten liggen.

- Hoewel we zicht hebben op een aantal mogelijke correspondenten, hebben dat toch nog niet meteen aangegrepen. Correspondenten vragen, zeker in het begin, veel aandacht (en dus tijd). We houden de prioriteit in deze periode op het werven van fondsen en het opbouwen bereik. Er is te weinig personele capaciteit om dat allemaal tegelijk te doen.

Periode september 2019 t/m december 2019

Vanaf September 2019 delen we ons kantoor met Euredit, een Nederlandse organisatie op het gebied van Erfgoed in Europa, die onder andere een Interreg-project doen op het gebied van verdienmodellen voor kastelen (Innocastle). Twee van de medewerkers (uit Roemenië en uit Finland) zullen vanuit ons kantoor gaan werken en zorgen voor veel extra kennis en synergie.

5. Opbouw bereik

Het opbouwen van bereik gaat over de aantallen lezers (abonnees op de nieuwsbrief, views op de website en volgers via sociale media) en over bekendheid.

Onze ervaring, onder andere met de Erfgoedstem, is dat dit een kwestie is van lange adem, van 'rustig doorbouwen'. We verwachten in een periode van drie jaar te kunnen komen naar vijf- tot achtduizend nieuwsbrief-abonnees (het belangrijkste vehikel). De doelstelling voor de pilot ligt op 500 abonnees.

September 2018 – mei 2019

- Om bereik te gaan opbouwen moest er allereerst een werkende website en een nieuwsbrief zijn, die er bovendien goed uitzien qua vormgeving en ook wat betreft content. Dat was en is de eerste stap die we in orde wilden hebben voordat we heel actief naar buiten gingen treden. De focus ligt nu eerst op het uit ontwikkelen van de website (bijvoorbeeld door het toevoegen van een beter functionerende agenda) en het aanscherpen van de structuur en content.
- We hebben de afgelopen maanden al wel een lijst met adressen verzameld. Die mensen gaan we binnenkort (persoonlijk) aanschrijven met de vraag of de EHT misschien interessant voor hen is.
- De eerstvolgende stappen op dit gebied dienen verder ook al aan, bijvoorbeeld de presentatie bij het EHHF (waarbij we actief adressen verzamelen) en de samenwerking met Europa Nostra.
- Op 11 december 2018, tijdens de officiële afsluiting van het Europees jaar van het Cultureel Erfgoed is de EHT voor het eerst ook kort gepresenteerd. De reacties waren zonder meer positief. Vanaf dat moment ontvingen we de eerste inschrijvingen voor de nieuwsbrief. Daar hadden we alvast een inschrijfformulier voor online gezet.
- We zijn van plan om samen met Europa Nostra nog een beter momentum te pakken om naar buiten te komen.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

- We hebben deze periode nog niet veel gedaan aan de opbouw van bereik. We merken wel dat het kunnen overleggen van bereik belangrijker wordt in de gesprekken die we hebben. We willen daar de komende maanden dan ook op gaan focussen en willen daarbij aan verschillende knoppen gaan draaien: Doorgaan met het opbouwen van contacten in Europa, actiever worden in de sociale media (met name Facebook)) en als dat kan, het verhogen van de frequentie van de nieuwsbrief van maandelijks naar tweewekelijks. Dat laatste vraagt om een extra uren-investering van IVEM.
- We streven nog steeds naar een bereik van 500 abonnees aan het eind van 2019.

Periode september 2019 t/m december 2019

- Het belangrijkste evenement van deze periode was de officiële lancering van de nieuwsbrief tijdens de door Europa Nostra georganiseerde European Cultural Heritage Summit in het stadhuis van Parijs. Hermann Parzinger, Europa Nosta's Executive President en Catherine Magnant, voormalige coördinator voor de Europese commissie van het Europese Jaar van het Culturele Erfgoed EYCH 2018 verrichtten de openingshandeling. Met een druk op de knop startten zij een feestelijke animatie van de nieuwsbrief. Tijdens de hele Summit hebben mensen van het IVEM-team zeer effectief handen geschud en visitekaartjes verzameld (met bestickerde brievenbussen). De gebeurtenis is daarna via de media van Europa Nostra en via persberichten in binnen- en buitenland uitgedragen.
- Het streven 500 abonnees is ruimschoots gehaald: op 31 december 2019 waren er 1200 abonnees (nieuwsbrief). Dat bestand beslaat nagenoeg alle Europese landen (mooi dus) en we zien er ook veel Europese instanties in vertegenwoordigd, variërend van de Europese commissie tot mensen uit netwerken rondom bepaalde types erfgoed. We vermoeden dat een belangrijk deel van de abonnees wordt gevormd mensen die al in een duidelijk Europees netwerk verkeren.

6. Werving partners

September 2018 – mei 2019

Naast het daadwerkelijk realiseren van een werkende EHT, is het belangrijkste doel voor dit jaar het identificeren van mogelijke partners en funding.

Gedurende de eerste maanden van de Pilot hebben we gesprekken gehad met:

Potentiele partners

- Europa Nostra,
- Het European Heads of Heritage forum EHHF,
- Het project dat in Nederland vervolg moet geven aan het EUYCH 2018,
- OCW,
- UNESCO,
- EFFORTS,
- Future Religious Heritage,
- Europeana.

Toelichting partners

- We hebben in samenwerking met Europa Nostra een Memorandum of Understanding gemaakt. Daarin staat onder andere dat zij 'Founding Partner' genoemd gaan worden en dat wij meeliften op hun netwerk. Ook zijn er voorstellen over gezamenlijke fondswerving. Als het goed is, is deze MoU nu in het bestuur besproken. EN wil de EHT presenteren maar wacht daarmee op de installatie van een nieuwe EU-commissaris van cultuur.
- Samen met Susan Lamers en Ben de Vries (RCE) bereiden we nu een presentatie voor die Susan op 24 mei in Zweden zal geven over de EHT. Daarin zit ook een Call to Action om partner te worden en mee te helpen funding voor een vervolg te vinden. Voor die presentatie maken we onder andere flyers en aanmeldkaarten.
- Naar aanleiding van het initiatief dat Emanuel Macron eind april (naar aanleiding van de brand in de Notre Dame) nam voor een bijeenkomst van onder andere ministers van cultuur, hebben we contact opgenomen met mensen rondom onze minister (RCE, OCW, Unesco) om de EHT onder de aandacht te brengen. Dit heeft in ieder geval al voor meer bekendheid gezorgd in Den Haag.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

- De contacten met Europa Nostra zijn goed maar verlopen van beide zijden traag. Bij het bestuur van EN ligt een door ons voorgestelde MoU waarin de wijze van samenwerking wordt omschreven. Net als bij veel andere contacten speelt hier mee dat er in de zomerperiode veel op een laag pitje stond.

7. Funding

Een belangrijke doelstelling van het pilot-jaar is het geven van de aanzet om de funding voor de tweede fase van de EHT te organiseren. Volgens plan heeft de EHT de eerste drie jaar na de pilot nog structurele financiële steun nodig om zo gaandeweg, met voldoende bekendheid, bereik en partners op eigen kracht inkomsten te genereren. Die inkomsten moeten komen uit advertisement, sponsoring en deelname, als mediapartner, aan Europese erfgoedprojecten. Centrale idee is dat het dan om 40 – 50 betrokken partijen (partners) gaat. Dat zorgt voor financiële stabiliteit en zorgt ook voor onafhankelijkheid op inhoudelijk niveau (niemands spreekbuis).

September 2018 – mei 2019

- Er lijken op het eerste gezicht meerdere concrete mogelijkheden te zijn voor funding door Europese fondsen. Bij velen daarvan is de voorwaarde samenwerking met meerdere Europese partijen. We zoeken nog naar het juiste format daarvoor. Er is een risico dat de rompslomp van die samenwerking de ontwikkeling van de EHT meer kwaad dan goed doet.
- Een idee is om funding en financiering vooral te zoeken in deelprojecten en media partnerships. Dit zijn we nog aan het onderzoeken.
- Ook gaan we proberen om via toenadering tot ‘Brussel’ uitzicht te krijgen op financiële steun. Daarover willen we binnenkort in Brussel (Europarlement) gaan praten.
- Om beter zicht te krijgen op wat er aan fondsen beschikbaar is en om wervingscapaciteit in te huren zijn er gesprekken gaande met Europese fondswerver en Blueyard.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

- Na een aantal gesprekken hebben het bureau Becca-Europe opdracht gegeven om een fondsen-scan te maken. De eerste versie daarvan is inmiddels verschenen maar zal nog worden aangescherpt, met name op het Europees niveau. De eerste versie gaat vooral uit van het werven van gelden in Nederland. De scan geeft ook voorbeelden van een businessmodellen en benoemt als belangrijke mogelijkheid de positie van de Heritage Tribune als media-partner voor Europese Erfgoedprojecten.
- Er zijn veel gesprekken geweest of aangezwengeld met onder andere het Mondriaanfonds, Dutch Culture, Europeaan, de gemeente Amsterdam, DEN, Netwerk Digitaal Erfgoed, de culturele attachés van de NL-ambassades, UNESCO en onder andere met Realdania een Deens fonds voor stads- en plattelandontwikkeling dat zichzelf aandiende.
- Ten aanzien van de funding ontstaat het idee dat we voor de komende drie jaar een ‘mandje’ zouden moeten maken van (particuliere) fondsen in verschillende Europese landen bij elkaar

zouden kunnen halen die samen het project in de tweede fase zouden kunnen dragen.

- Op dit moment maken we een begroting voor die volgende periode. Ondanks dat we echt de wind in de zeilen hebben is het risico groot dat we voor de eerste maanden van 2019 even wat dunner in de financiering komen te zitten. Om dat te voorkomen willen we vooral in Nederland kijken, met name ook naar eventuele onderbesteding her en der.

Periode Juni 2019 t/m augustus 2019

- De door ons bestelde fondsenscan viel tegen. De scan bood niet het gedetailleerde zicht op de wereld van Europese fondsen en concentreerde zich eigenlijk op het fondsenlandschap in Nederland, dat laatste is bij ons eigenlijk al wel al goed in kaart gebracht. Na bespreking van deze kritiek is besloten niet met deze fondswerver verder te gaan.
- In de tussentijd zijn er verschillende fondsen benaderd. Geen hiervan heeft tot nu toe tot concrete actie geleid (met uitzondering van het fonds van Dutch Culture waarvoor we een aanvraag in voorbereiding hebben voor € 4000 ex BTW).
- Een belangrijk obstakel bij het vinden van funding in Nederland is dat de internationale component bij de meeste fondsen heel vaak is gericht op de promotie van de Nederlandse cultuur in het buitenland. Het binnenhalen van kennis en ervaring (leren) uit het buitenland is nog niet zo vaak een onderwerp. Een ander obstakel is dat je vaak met verschillende partijen moet samenwerken. Voor dergelijke samenwerkingen zijn we nu nog 'klein' en hebben we de capaciteit niet.
- Datzelfde geldt ook vaak voor fondsen uit het buitenland. Deze periode is er een korte tijd een flirt geweest met een groot fonds uit Denemarken (RealDania) dat ons zelf benaderde maar toen puntje bij paaltje kwam bleken de projecten die het fonds kon financieren toch vooral het Deense gebouwde erfgoed te moeten ondersteunen en vonden ze de doelstellingen van de Heritage Tribune te weinig daarop aansluiten.
- Wat betreft de echte Europese fondsen hebben we wel een bespreking gehad bij Dutch Culture met betrekking tot tot het Europese Samenwerkingsproject van Creative Europe maar voor een daadwerkelijke aanvraag was de deadline te krap (call verscheen in september en deadline was midden december 2019). Het idee is dat we wel mee gaan doen aan deze call in december 2020.